

**Numéro 20 - septembre 2010**  
**Aux frontières du sport**

## **L'image d'une ville, regard sur la pratique du skate à Tokyo**

Julien Glauser

### **Résumé**

Cet article propose de poser un regard sur le "monde du skateboard" à Tokyo. Grâce aux observations de terrain et à travers les différents supports que propose internet, l'auteur met en perspective la production iconographique des skateurs. Leurs discours en images, entre mythes et vie quotidienne, structurent la "scène" tokyôite. Celle-ci reflète les relations interpersonnelles, les regroupements d'intérêt qui s'y développent ; elle s'inscrit incontestablement dans l'environnement urbain par une connaissance fine de l'organisation des lieux et de leur chronotopie.

### **Abstract**

Takes on a city : perspectives on skateboarding in Toyko. This text offers a look into Tokyo's skateboard scene. Through fieldwork and the use of different audio-visual media, the author sheds light on the iconography produced by skateboarders. Their discourses, many of which take the form of images, range from myth to everyday life and structure the scene where interpersonal relationships and interest groups are developed. Through the knowledge of place and their "chronotopy" that skateboarders gain, their scene uncontestedly represents part of the urban environment while it simultaneously helps to mark what is urban about it.

URL: <https://www.ethnographiques.org/2010/Glauser>

ISSN : 1961-9162

### **Pour citer cet article :**

Julien Glauser, 2010. « L'image d'une ville, regard sur la pratique du skate à Tokyo ».  
*ethnographiques.org*, Numéro 20 - septembre 2010

Aux frontières du sport [en ligne].

(<https://www.ethnographiques.org/2010/Glauser> - consulté le 30.11.2020)

*ethnographiques.org* est une revue publiée uniquement en ligne. Les versions pdf ne sont pas toujours en mesure d'intégrer l'ensemble des documents multimédias associés aux articles. Elles ne sauraient donc se substituer aux articles en ligne qui, eux seuls, constituent les versions intégrales et authentiques des articles publiés par la revue.

# L'image d'une ville, regard sur la pratique du skate à Tokyo

Julien Glauser

## Sommaire

- Introduction
- Des actions collectives
- Le monde du skateboard
  - Les mardis du skate, un exemple tokyôite
- Images en jeu
  - Photographie et vidéo, deux manières de construire le récit
  - Excursion au parc de Mesena, un seconde exemple de rencontre du groupe Sitamati
- Conclusion
- Glossaire
- Notes
- Bibliographie

## Introduction

« L'espace est le mode obligé de tout comportement humain, et selon quoi l'homme est contraint de projeter tous les systèmes de signes qu'il construit et qui, à leur tour, le construisent : écriture, peinture, villes...

Les recherches de l'histoire de l'art et des sciences de l'homme, la publication des musées imaginaires, nous ont définitivement appris la relativité et la discontinuité des espaces picturaux. Nous savons désormais que les espaces de Lorenzetti, de Piero della Francesca ou de Monet (choisis à dessein parce que peintres de la ville), sont, à chaque fois, liés à la mentalité, aux structures de l'économie, de la technologie et du savoir de leurs époques et qu'ils diffèrent entre eux de toute la distance qui sépare leurs constellations historiques. »  
(Choay, D'Alfonso et Bloch-Lainé : 2003 : 15)

Les tableaux des « peintres de la ville » ne sont pas les photographies des skateurs [1], et celles des skateurs japonais d'aujourd'hui sont différentes de celles de leurs prédécesseurs des années 1970 quand Shibuya, quartier de Tokyo, était déjà le théâtre du skateboard. Ces images, bien plus que celles d'hier, dessinent une pratique, un environnement et un espace social grâce aux nouvelles technologies de la communication. Par les réseaux de diffusion divers, appuyés sur des liens interpersonnels, les skateurs créent une somme grandissante d'informations destinées à leur propre usage, qui entretient leur communauté et sert de support au sport. La circulation d'images et de récits dans divers types de médias (magazines, vidéos, sites internet,...) crée un "espace du skate" qui prend la ville en toile de fond. A travers cette production picturale intense se dessinent une pratique sportive, spatiale, des groupes d'amis et des carrières sportives.

Invisibles dans cette gigantesque trame urbaine, les skateurs créent ponctuellement leurs espaces le temps d'une rencontre entre amis ou d'une séance de prises de vue au pied de grands ensembles, d'entreprises internationales ou dans les interstices urbains. Fenêtre ouverte sur cette ville globale, la pratique du skate implique une connaissance intime de cet environnement, de ses temporalités et de son organisation. Cet article propose une ethnographie de la production picturale issue du skateboard dans ce qu'il a de plus urbain, le *street*, à travers le projet de film du collectif *Sitamati*. Formé de jeunes hommes, professionnels et amateurs, ce groupe crée une vidéo de skate pour la « scène [2] » locale et permet que les skateurs entretiennent des liens d'amitié trouvant dans ces rencontres hebdomadaires de quoi nourrir leur passion. Nous verrons que ces skateurs construisent et gèrent leurs carrières grâce aux images, aux outils modernes de communication et aux médias du sport. Loin de l'industrie californienne du skate, son pendant japonais se développe avec infiniment moins de moyens et la quasi-totalité des participants investissent davantage qu'ils ne peuvent en retirer matériellement ; c'est une manière de coexister avec une routine d'étudiant, de "métro, boulot, dodo" et une occasion de se retrouver. Grâce aux possibilités d'internet cet article propose au lecteur un aperçu des récits postés sur la toile autour d'un projet de film de skate intitulé « Unity Power 2 ».

## Des actions collectives

Dans le cadre de ma recherche doctorale en anthropologie urbaine et visuelle menée à Tokyo dans le courant de l'année 2008, j'ai tissé des liens particuliers avec les membres de *Sitamati*. Les rencontres auxquelles j'ai assisté avec ce collectif de skateurs et amis structurent et illustrent mon propos. Je choisis le vocable de collectif pour parler de ce groupe lié par des liens d'amitié et leur passion commune pour le skateboard. C'est plus qu'un simple groupe d'amis, car leurs rencontres s'organisent autour de projets de films et de la mise sur pied d'événements divers : compétitions, premières de films, soirées festives,.... Ces rendez-vous sont avant tout des occasions de se rassembler, de skater ensemble, de se placer dans le champ du skate. Les membres du groupe habitent dans une même région, celle qui s'étend des deux côtés de la rivière Arakawa depuis la baie de Tokyo. Elle comprend *grosso modo* Shitamachi, l'ancienne ville basse, et la partie Ouest de la préfecture de Chiba. De ce premier toponyme découle le nom du groupe, ils utilisent l'ancien système de transcription du Japonais pour l'écrire : *Sitamati*. Tamaki "Tama" Masakazu [3], le cameraman et acteur principal de l'organisation du film m'expliqua que le nombre de huit lettres qui constituent leur nom est propitiatoire et que ce chiffre est considéré comme porte-bonheur pour les petites gens de la ville basse. Shitamachi, peut-être plus que Yamanote, la ville haute à la croissance démesurée, garde une image de quartier plus authentique et continue de stimuler l'imaginaire citadin. En adoptant ce toponyme comme nom du collectif ses membres s'inscrivent dans la ville en ligne directe avec les commerçants et les parias de l'époque d'Edo (1600-1868), ils s'ancrent dans l'espace physique et symbolique de la cité. L'imaginaire tokyoïte renvoie cette ville basse à son passé riche en histoire, à sa réputation tiraillée entre une fascination pour l'âge d'or d'une production culturelle foisonnante : théâtre, littérature, arts plastiques et un *a priori* négatif face à une histoire de castes qui place les "beaux quartiers" loin de ces rues populaires où étaient, et sont encore dans une certaine mesure, exécutées les activités « impures » (Cybriwsky 1998a, Pelletier 1994, Tanabe 1994, Wilson 2007). Les habitants de Shitamachi se disent volontiers plus conviviaux et ouverts à leurs voisins que ceux qui habitent l'ouest de la ville. Plusieurs informateurs m'ont décrit les quartiers de l'Ouest comme étant impersonnels car la solidarité de voisinage y cède le pas au diktat de l'apparence et de l'argent. Ils créent une dichotomie entre l'Est qui aurait une "âme" ou un "cœur" (*kokoro*) et l'Ouest, où le lien social s'effrite au profit d'une sorte de façade et où une certaine jeunesse affiche sa consommation outrancière. Par le choix de son nom, ce collectif s'ancre dans le local, dans un lien à l'histoire tokyoïte et ne se tourne pas vers l'extérieur, comme pourrait le signifier un nom qui positionne le groupe par rapport à la scène internationale. Un contre-exemple serait le collectif [Far East Network](#) [4], basé à Nakano dans la ville haute, qui gère son identité entre la scène tokyoïte et son image sur le plan global. Les membres de ce groupe articulent leurs activités autour du magasin *Fat Bros*, du bar à jus de fruits *Sanstar*, du club *Heavy Sick Zero* et du cinéma *Zero Hall* pour les premières de films.

Dans mon exemple, la ville basse renvoie les membres du *Sitamati* à un espace symbolique défini entre topologie et mythe. Pour parler des divers lieux qui forment l'environnement urbain de Tokyo, Jean-Luc Capron utilise l'expression donnée par Jinnai Hidenobu de « *meisho sugoroku* [5] » qui qualifie la ville comme « une chaîne de lieux distincts ayant chacun sa propre image, distincte » (1994 : 296). Ainsi, les citoyens connaissent

et jouent de ces lieux, de leurs réputations et de leurs codes identitaires. Nous verrons que, par exemple, la première du film « Unity Power 2 » (réalisé par le groupe *Sitamati*) ne s'est pas tenue dans le quartier éponyme, mais dans la boutique *Scelta* de Shibuya, dans l'ouest de la ville, haut lieu des jeunesses branchées que les gens de la région de Shitamachi dénigrent pourtant volontiers, prétextant son manque de substance et de convivialité.

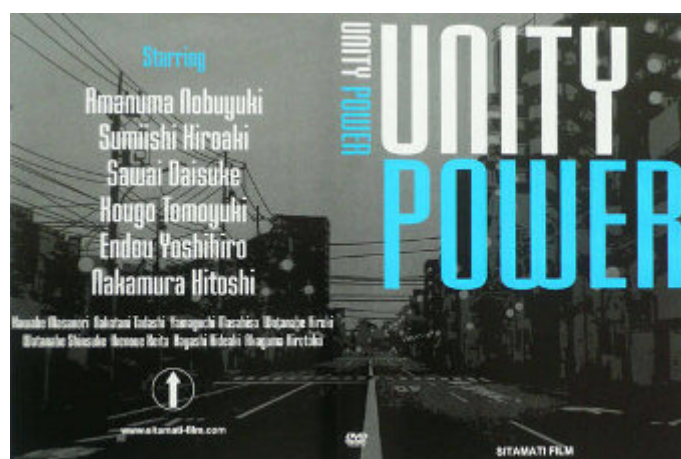
## Le monde du skateboard

L'appellation *monde*, ou *champ* dans un langage bourdieusien, pourrait désigner ce qui représente l'environnement social et symbolique véhiculé par la pratique de ce sport et dans lequel s'inscrivent les skateurs. En effet, ce monde du skate s'appuie sur différents types de supports pour construire, entretenir et diffuser ses valeurs : des magasins spécialisés, des compétitions et des associations. Dans ce contexte, les médias jouent un rôle important dans la diffusion des valeurs liées à ce qui est parfois défini comme une "culture" ou une "sous-culture" skate. Les premiers magazines spécialisés apparaissent en Californie dans les années 1960, puis, dans la décennie suivante, le *Skateborder Magazine* a un écho dépassant la Californie et il est notamment diffusé au Japon dans les surfshops [6]. Ainsi, le skateur Hironori "Aki" Akiyama voit deux pages lui être consacrées dans cette même revue (1976 : 84-85). Au Japon, c'est dans les années 1970 que le magazine *Popeye* publie des sujets traitant du skateboard et du patin à roulettes ou « roller », et illustre leurs pratiques et la mode qui leur est liée. La décennie qui suit voit apparaître divers articles dans des revues similaires. Mais ce n'est que depuis les années 1990 que la presse écrite propose des titres spécialisés dans le skate. Il y a notamment le magazine *Wheel* qui deviendra en 2002 le *sb journal*. Il privilégie les belles photos de prouesses techniques et est intentionnellement urbain avec beaucoup d'images de *street*. Des articles, des nouvelles et des œuvres d'artistes influencés par le monde du skateboard sont également imprimés dans ses pages. Les photographes Taro Hirano, puis Iseki Nobuo, jouent un rôle important dans son orientation visuelle qui recherche la meilleure qualité esthétique. Le type de clichés choisi demande un savoir faire de professionnels. Dans les années 2000, les versions japonaises de magazines américains voient le jour, il s'agit du *Thrasher Japan* et du *Transworld Skateboarding Japan*. Le premier a aujourd'hui cessé d'être publié, mais le second paraît six fois l'an, mêlant informations sur la scène nationale et pages tirées de sa version internationale. Les photographies y illustrent volontiers des *tricks* techniques et le recours aux séquences d'images qui découpent le déroulement d'une action est fréquent. Cette revue publie une grande quantité de comptes rendus de compétitions, d'événements liés au sport et donne des indications sur les nouveaux *skateparks* et magasins. A côté de ces titres établis, le paysage médiatique est semé de magazines gratuits, le *Secret Cut* et le *Boardkills*, par exemple. Le premier, édité et mis en pages par le photographe et importateur de produits de skate Yukihiisa Nakamura s'attache à défendre une pratique urbaine instinctive, où l'originalité du lieu et de la figure sont primordiales ; il défend également l'art de la photographie analogique. Le second magazine gratuit présente un mélange de *street* et de skate dans les *skateparks*, de préférence en béton, illustrant une pratique qui renvoie volontiers à la scène punk-hardcore. Il y a aussi le *Sweet Chillin'* ainsi que de multiples fanzines. Le magazine *Rua*, dont il sera question plus loin, a été fondé récemment et son premier numéro date de mars 2009. Cette

revue est l'œuvre d'un photographe de skate nommé Shama et ne présente que des photographies. Elle se rapproche du *sb journal* pour le choix et la qualité des images, le texte en moins. Une autre différence primordiale est le volet internet de *Rua* qui permet de télécharger les anciens numéros [en ligne](#).

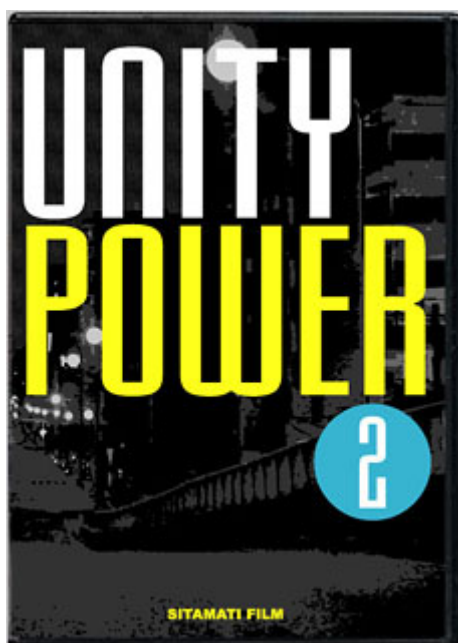
A côté de ces publications spécialisées, divers hebdomadaires destinés à un public de jeunes hommes s'appuient sur les modes véhiculées par les skateurs et dans ce cadre publient des photos d'actions faites par des photographes de skate. Il s'agit là d'une manière de promouvoir le travail et les aptitudes des skateurs et des photographes en marge des aficionados du sport. Ce type de publications, telles que *Ollie*, *Samurai*, *Popeye* (qui a changé sa politique éditoriale depuis les années 1970), *Lightning*,... pour les plus connues, est considéré par les skateurs comme de la littérature secondaire qui ne rentre pas dans le cadre de leur milieu.

Depuis les années 1990 et grâce au développement des techniques vidéo, une pléthore de films de skate a été et est produite. Au Japon, ces productions comprennent des films faits pour un cercle restreint d'amis et d'autres destinés à être diffusés dans le réseau des magasins spécialisés. Cette catégorie comprend les films commandités par des marques d'articles de skate, des magasins qui profitent de ces supports pour faire leur promotion, ainsi que les productions de collectifs. En s'adjoignant des skateurs de renom, ces vidéos servent à promouvoir le collectif et le vidéaste. Il est intéressant de constater que la jaquette du DVD « Unity Power 2 » met en avant les apparitions des professionnels, alors que le premier volet « Unity Power » n'annonçait que les membres fondateurs de *Sitamati*, des skateurs moins expérimentés et moins médiatisés.



**Jaquette d'Unity Power - 2007**

Jaquette d'Unity Power - 2007



Jaquette d'*Unity Power 2* - 2009

En marge de ces supports médiatiques concrets il existe une grande quantité de sites et de blogs qui véhiculent divers types d'informations liées aux skateurs : soirées, communautés, skateparks, produits, skateshops, faiseurs d'images, etc. Le monde du skate et la scène japonaise particulièrement s'appuient sur cette profusion médiatique pour maintenir son espace, sa propre structure sociale. Ainsi, l'ancienneté et le niveau de compétence servent de marqueurs et permettent de définir trois échelons pour organiser la place des pratiquants : d'abord viennent le commun des skateurs, puis ceux qui sont sponsorisés, parfois appelés « amateurs », et enfin les professionnels. Bien évidemment, une foule d'éléments nuancent et complexifient encore cette classification qui nous permet toutefois de comprendre les trajectoires individuelles parfois envisagées comme un choix de vie, une carrière. Mais contrairement à ce qui prévaut aux États-Unis, le statut de « professionnel » ne donne, au Japon et en Europe, que rarement la possibilité de vivre du skate. Ainsi dans les années 1990, remporter une compétition de l'association japonaise de skateboard AJSA (All Japan Skateboard Association) permettait de gagner ce titre. Plus récemment, c'est la présence médiatique et la gestion de l'image qui prime pour accéder au rang privilégié de skateur professionnel. Il y a donc différents types de professionnels, les plus populaires peuvent vivre du sport et les autres comptent sur des revenus annexes. Si les marques de skate et d'accessoires japonaises se sont développées depuis le milieu des années 1990, il est toujours plus prestigieux et rentable d'être sponsorisé par une marque internationale. Mais sur les quelque cent-dix professionnels que dénombre l'AJSA, moins d'une dizaine peut en vivre. Dans ce système, divers courants et obédiences marquent d'autres distinctions entre les skateurs, il faut par exemple considérer les différents terrains pratiqués - les *skateparks*, le *street*, etc. -, le style de musique et les valeurs "sous-culturelles" qui y sont liées. Ainsi, le magazine *Thrasher* publie des articles dédiés principalement aux mouvances hardcore, skate rock et punk rock et il attire plus facilement un lectorat qui écoute et s'identifie à ces courants musicaux.

## Les mardis du skate, un exemple tokyoïte

Pour illustrer mon propos, je me base sur deux rencontres appelées les « mardis du skate », *sessions* diurnes dans les régions périphériques de la capitale ; elles représentent une autre pratique que les excursions nocturnes dans ses lieux plus centraux (Glaser 2010). Encore plus que Los Angeles ou New York, Tokyo exclut les skateurs des centres urbains aux heures d'ouverture des bureaux. L'affluence et les activités économiques y interdisent de fait les pratiques ludiques la journée.

Film 1 : [extraits d'une rencontre avec le groupe Sitamati](#) (7 octobre 2008)

Les extraits ci-dessus, tirés de mon terrain, rendent compte des « mardis du skate », rencontres organisées par le collectif *Sitamati*. Grâce aux liens d'amitié qui se sont tissés avec les skateurs qui travaillent ou se rendent régulièrement au magasin de skate *Instant* à Urayasu, j'ai pu participer à de nombreuses reprises à ces rendez-vous du mardi, jour de la semaine qui permettait au plus grand nombre de se réunir. C'est l'occasion pour ces jeunes hommes de se retrouver autour d'un projet commun de film, intitulé « Unity Power 2 » (<http://vimeo.com/5272278>, le 24 octobre 2009), deuxième épisode d'un film de skate produit par Tamaki « Tama » Masakazu.



**Photographie de l'intérieur du magasin Instant (Keita Ikenoue derrière le comptoir discute avec Yasushi Ryuki)**  
Photographie de l'intérieur du magasin Instant (Keita Ikenoue derrière le comptoir discute avec Yasushi Ryuki)

Ce jour-là, je me rends avec Chris Main, un skateur américain qui habite également dans la région et travaille comme professeur d'anglais, à Nishi-Kasai où Keita Ikenoue, professionnel de skate japonais et vendeur à Instant, m'a donné rendez-vous. Après de nombreux appels téléphoniques, nous retrouvons Keita et Hirotaka Akaguma, arrivés en retard. Le téléphone portable prend ici une importance considérable, car dans une telle immensité urbaine il facilite les rendez-vous. Il sert à annoncer les retards, permet de donner des directives pour trouver son chemin, de gérer les changements d'itinéraires de dernière minute ou de trouver la bonne sortie d'une gare. Les rendez-vous sont fréquemment chahutés, la superficie de la ville et la complexité des réseaux de transport rendent cet outil indispensable au maintien des sociabilités, voire des relations d'amitié (Ito, 2004). Les skateurs se déplacent



passablement pour chercher de nouveaux *spots* ; celui qui connaît le mieux le lieu de destination guide les autres par de nombreux coups de fils et autres messages.

---

« Sortis de la gare nous nous renseignons auprès du *koban* [7] pour savoir où se trouve Seishinchô, un quartier regroupant plusieurs centres communautaires. Le *spot* se résume à deux murets dont un assez haut en est l'élément principal. Une fois le groupe réuni, chacun skate à son tour en longeant l'obstacle, tous partent du même côté pour attendre de l'autre que tout le monde ait exécuté sa figure. Ils skatent tranquillement. Une vendeuse tient un stand de nourriture un peu plus loin, trois hommes jouent bruyamment aux cartes, ils parlent un dialecte de Chine dirait-on. Nous croisons également beaucoup d'étrangers, Occidentaux, Indiens. Les skateurs font attention aux passants et aux vélos qui empruntent tout de même la partie du trottoir où a lieu l'action. D'autres skateurs arrivent avec "Tama" le cameraman et tous skatent plus sérieusement. » (Notes de terrain)

Même si le projet de film, par le choix des *spots*, impose ses lieux et demande une certaine implication de ceux qui veulent être filmés, ces rencontres sont principalement basées sur la convivialité. C'est l'occasion de discuter, de s'amuser et de s'encourager en s'entraînant. Spontanément les skateurs exécutent le même *trick*, un *flip 360* ; ils comparent leur habileté en toute courtoisie. La maîtrise de chacun est reconnue et approuvée par des applaudissements ou des exclamations. Sans surprises, c'est Hiroki Saegusa qui remporte le plus de louanges grâce à sa détente et à son style, comme le relate le récit du blog d'[Hiroataka Akaguma](#) (cf. note du 09.10.2008) ou celui d'[Hideaki Hayashi](#) (consultés le 14.11.2009). Hiroki Saegusa avec Hiroataka Akaguma sont parmi les rares skateurs qui peuvent vivre du sport ; Hiroki est connu pour le naturel de ses mouvements et la hauteur d'exécution de ses figures. Dans ces images, nous distinguons une organisation et des règles implicites chez les skateurs, comme celle qui veut que la trajectoire de ceux qui produisent des images est prioritaire. Chacun s'écarte à temps pour laisser passer le skateur qui est filmé, lorsque son enchaînement de figures est réussi ; de plus les gens évitent de se mettre dans l'angle de la ou des caméras qui filment et parfois un photographe accompagne le groupe. La bonne organisation du tournage ainsi que le nombre de preneurs d'images est une qualité toute japonaise de cette pratique sportive. Si ces jeunes hommes, par leurs compétences, sont parmi ceux qui attirent sur eux l'attention médiatique, le déroulement de l'après-midi est comparable à ce que j'ai pu vivre à Tokyo à d'autres moments avec des skateurs moins médiatisés (Glauser, 2010). De plus, il convient d'ajouter que la production d'images n'est pas réservée à une élite, elle s'est largement démocratisée depuis le milieu des années 1990 avec le développement des outils numériques. Dans notre cas, ce ne sont pas les capacités sportives qui créent le groupe mais bien les liens d'amitié et la zone de résidence. Les skateurs débutants ou moins expérimentés sont également filmés et inclus dans les films.

Lors de ces rendez-vous, chacun y va de ses compétences et de ses goûts, ceux qui n'apprécient pas le type de terrain du moment s'entraînent à différents *tricks* au sol. Parfois, un groupe organise un « game of skate », jeu dans lequel un skateur propose une figure en

l'effectuant. S'il réussit, les autres doivent l'exécuter en un essai. Celui qui n'y arrive pas se voit attribuer une lettre de « skate ». A chaque échec il reçoit une lettre de plus, le perdant est le premier à compléter le mot en entier. Si le skateur qui propose une figure ne réussit pas son *trick*, c'est le prochain qui a le droit d'en proposer un, etc. Dans la mesure où ce trottoir dédoublé de *Seishinchô*, large et moyennement fréquenté, donne la possibilité aux passants d'emprunter la partie parallèle, rares sont ceux qui décident de passer à travers cet "espace du skate". Le bruit des roues sur les catelles, la rapidité des déplacements et l'effet dynamique des skateurs en action occupent toute la place et excluent d'autres usagers. La connaissance des lieux où il est possible de skater la journée sans trop déranger et la mise en place du groupe sont les éléments constitutifs pour la création d'un tel espace. Malgré le sentiment d'envahissement que produit une telle présence, les skateurs japonais restent attentifs aux piétons et aux cyclistes qui traversent tout de même de leurs trajectoires. Il s'agit bien ici de tactiques au sens où Michel de Certeau l'entend (1990 : 60), c'est-à-dire qu'il y a action calculée pour investir un lieu qui n'est a priori pas propre au groupe, ni destiné à accueillir ces actions. Exceptionnellement et ponctuellement, ces jeunes investissent un lieu urbain que les stratégies urbanistiques ont défini autrement. Certains auteurs voient dans les skateurs des producteurs d'espace public, en ce sens qu'ils s'approprient des lieux qui de plus en plus suivent une logique commerçante (Chiu 2009, Howell 2001, Zarka 2006). Si cette vision quelque peu marxisante d'un groupe de jeunes en opposition à un système néolibéral est séduisante, elle pose deux problèmes dans le contexte de Tokyo. La communauté de skateurs est moins importante et envahissante que dans les grandes villes des États-Unis et donc son impact en est moins fort et plus diffus dans le tissu urbain. Sans compter que la contestation sociale du système n'est pas souvent revendiquée ou qu'elle l'est avec moins de véhémence. Il s'agit le plus souvent d'une contestation *de facto*, une fois les skateurs confrontés à un type d'autorité dans le cadre de leurs pratiques. Il peut s'agir d'habitants, d'agents de sécurité ou de la police. De plus, cette vision de créateur d'espace public implique un autre biais, celui qui sous-tend une organisation de l'urbain dichotomique entre espace public et espace privé. Le paysage tokyoïte tend à proposer un mélange de ces catégories : de nombreux services publics sont laissés au secteur privé et où la sphère privée déborde sur la sphère publique par manque d'espace domestique (Paquot, 2009). Ce sont, par exemple, les magasins qui proposent les seules poubelles offertes au public. De même on se soulage plus facilement dans des commerces que dans les rares toilettes publiques, rencontrées le plus souvent dans les parcs. La construction de centres commerciaux en pleine ville, les devantures de sièges sociaux d'entreprises internationales ou *plazas*, proposent davantage de lieux d'accueil ouverts que de véritables espaces publics, réduits eux, comme peau de chagrin suite à la spéculation immobilière (Cybriwsky, 1998a). Comme le remarque Ocean Howell (2001), ces nouveaux espaces du consumérisme, par une série de dispositifs contraignants, orientent les conduites et écartent les oisifs. De plus, toutes les technologies de télécommunication poussent la vie sociale à s'organiser autour de nœuds de communication, renforçant cet « urbain diffus » que Bruno Lefilliatre décrit dans son article (2010 : 86).

### Images en jeu

Les images servent à (re)présenter "l'espace du skate", cet espace de

convivialité nous permet de comprendre comment s'articule cette pratique et comment elle s'appuie sur divers réseaux de diffusion pour se développer et propager une certaine vision ludique de l'environnement (Zarka 2007, Lavadinho et Winkin 2009). L'industrie liée à ce sport est un facteur primordial de cette émancipation qui densifie la production d'informations. Les récits imagés livrent ainsi les actions individuelles ou collectives, dévoilent les projets en gestation dans un savant mélange de divulgation et de secret. Ainsi, les tournées, ces voyages organisés par un groupe de skateurs pour faire de la promotion et/ou des images, les films qui se tournent parfois sur plusieurs mois ou plusieurs années, servent à nourrir les comptes rendus et la publicité que diffusent les médias du sport. Traduits en images, ces récits entretiennent le "besoin de nouveauté" de ces différents supports.

L'espace du skate prend plusieurs dimensions, de celle du vécu à celle de la photographie imprimée, de celle du virtuel à celle de l'écran de télévision. Malgré la confusion, cette notion spatiale est néanmoins éclairante pour le sujet et permet de faire le lien entre action et image. Dans « L'invention du quotidien » (1990) Michel de Certeau pose le *lieu* et *l'espace* dans deux champs distincts, antithétiques mais complémentaires, il précise qu'« est un *lieu* l'ordre (quel qu'il soit) selon lequel des éléments sont distribués dans des rapports de coexistence. [... C'est] une configuration instantanée de positions. Il implique une indication de stabilité. » (1990 : 172-173). L'espace est quant à lui lié aux mouvements qui s'y déploient, au dynamisme que les lieux accueillent. Toujours selon ses mots « [il] y a *espace* dès qu'on prend en considération des vecteurs de direction, des quantités de vitesse et la variable de temps. » (1990 : 173) La pratique du skate entretient de fait un lien fort avec les lieux occupés où se déroulent l'action, le mouvement du corps sur la planche, indéniablement liés au cheminement des acteurs. Dans ce sens le skateboard implique « *un lieu pratiqué* » (1990 : 173) et les skateurs — dans l'environnement urbain qu'ils occupent et détournent — créent sans cesse de nouveaux espaces. Par leurs *tactiques*, ils usent des lieux hors de la "normalité" d'usage et doivent souvent affronter les *stratégies* liées à ces lieux, et à leurs gouvernances.

Mais cette vision spatiale ne suffit pas à cerner ce qui crée l'espace social du skate ; il faut tenir compte du jeu des corps dans l'espace (Hall 1971, Paquot 2006), de la communauté des skateurs, et de l'image puisqu'elle est le vecteur privilégié des "discours" sur la pratique. Revenons à l'intuition de Georges Perec qui pour commencer son « Espèces d'espaces » (1985) s'arrête sur la « carte de l'océan ». Extraite de l'œuvre de Lewis Carroll « La chasse au snark », cette image représente un carré formé d'une bordure noire encerclant un espace vierge. Métaphore picturale qui nous renvoie au cadrage de la photographie, aux écrans, qui réifient cette pratique parmi le reste des activités urbaines. Les limites des images viennent alors fixer ce « rien », cet « impalpable », ce « pratiquement immatériel » dont nous parle l'auteur (1985 : 13) et qui pour les skateurs représentent tant d'investissement. Cet « impalpable » a été à la source de ma recherche doctorale, embrayée par un magazine de skate japonais et les traces laissées par les skateurs devant la gare d'Ebisu à Tokyo.



**Poteau qui ferme l'accès à une place près de la gare de Tachigawa dans la périphérie ouest de Tokyo. Sur le bas de cette forme en triangle des traces noires laissées par des roues de skate révèlent les actions passées.**

Poteau qui ferme l'accès à une place près de la gare de Tachigawa dans la périphérie ouest de Tokyo. Sur le bas de cette forme en triangle des traces noires laissées par des roues de skate révèlent les actions passées.

### **Photographie et vidéo, deux manières de construire le récit**

« Forme-image photographique (produite en masse depuis les années 1890 en France et dans les principaux pays industriels), la carte postale photographique donne à voir une mise en scène stéréotypée des espaces urbains. Mise en scène qui témoigne de la puissance symbolique de cette image qui, depuis plus d'un siècle, participe de la construction des imaginaires du territoire urbain. Penser l'image photographique de carte postale comme une forme stéréotypée, c'est donc prendre en compte sa dimension de signifiante à la fois au niveau anthropologique et esthétique. » (Maurie, 2003 : 69)

Comme les cartes postales dont nous parle l'auteur, les images fixes ou animées du skateboard participent à la « mise en scène stéréotypée des espaces urbains » et agissent de la même manière sur le plan symbolique. Ainsi mises en images, les photographies de skate ne représentent pas simplement un instant de l'action mais créent un discours sur celle-ci dans un « régime de représentation » spécifique pour un « régime perceptif » précis, celui des connaisseurs de ce sport (Maurie, 2003 : 68). J'entends par là que, dans le cas des photographies, le déroulement de la figure est induit, pour qui a appris à le (re)connaître. Ainsi, les photographes de skate que j'ai rencontrés en Europe, au Japon et aux États-Unis sont des skateurs, ils connaissent parfaitement ce sport et savent comment se construisent les actions. Par contre, les photographies de presse restent de peu d'intérêt aux yeux des skateurs, elles ont trop souvent tendance à montrer des planches suspendues dans

les airs sans indiquer le point de départ de la figure ni sa zone de réception. Le *trick* est donc sorti de son contexte et perd tout son intérêt. Dans le cas qui nous intéresse, l'objet référentiel de la photographie de skate est l'action, arrêtée au moment précis où celle-ci est réifiée dans les limites de l'image. C'est-à-dire que, pour ceux qui partagent cette connaissance, l'instant figé renvoie au déroulement complet de la figure. Un cliché réussi montre le moment essentiel du mouvement qui doit permettre de comprendre si l'action a été accomplie. La position du skateur par rapport à sa planche et à l'environnement (*spot*), ainsi que la position du skate *in situ*, donnent à lire l'ensemble de la figure et agit comme une "quasi-preuve".

L'espace filmé d'une action dans le même milieu fonctionne différemment, il ne magnifie pas à ce point la performance et son environnement dans le cadrage du preneur d'images. Il donne à voir le continuum et le déroulement de la scène qui prend le pas sur l'instantané. La photographie est dans ce sens un système de représentation plus complexe que la vidéo, car elle est liée à la connaissance et la reconnaissance de cet instant qui porte l'essence même de la figure accomplie. La séquence filmée montre tout le déroulement de l'action, entraînant le spectateur dans l'enchaînement des images, elle est de ce point de vue moins exigeante que la photo qui demande une grande maîtrise technique. Pour le film de skate, c'est dans le montage, la synchronisation avec la musique et le choix des actions qu'il prend son identité propre, plus que dans la qualité intrinsèque des images.

« Toute une scénographie urbaine est montée en termes d'images-écrans [...]. La mise en place de "sites", de lieux visuels, de paysages à voir obligatoirement, à travers des braquages lumineux, participent d'une *visualisation médiatique* de la ville. Le monde est aménagé chaque jour davantage pour être projeté sur un écran. Cela constitue un aspect étourdissant du devenir-image des lieux (urbains ou naturels, citadins ou paysagers) dans la manière de les disposer spatialement. » (Mons, 2000 : 201)

A l'aide de caméras numériques, de groupes électrogènes et de spots pour produire un éclairage adéquat la nuit, le skateboard participe à sa manière de ce processus de « devenir-image » des lieux, car certains spots, à force d'être filmés, deviennent des icônes urbaines. La portée symbolique de ces lieux iconiques rejaillit sur ceux qui par leurs compétences surpassent les actions déjà effectuées sur place : il peut s'agir de figures plus techniques ou d'une nouvelle lecture de l'endroit en proposant un cheminement original. Dans ce sens, les productions picturales dues au sport créent une certaine image de la ville à la fois comme arrière-plan – de manière intentionnelle ou non – et comme élément signifiant de l'action. De manière plus générale, hors du champ du skate, des actions sportives ou déambulatoires sont à dessein choisies pour associer le paysage urbain à une activité ou pour renforcer l'identité d'une marque. Elles deviennent "icônes", comme l'illustre l'affiche du marathon de Tokyo pour l'année 2007 qui présente cinq paysages emblématiques de la capitale (Shinjuku, le palais impérial, Ginza, Asakusa, Odaïba). Chaque tableau urbain est traversé par une femme ou un homme aux origines diverses qui court en premier plan. Le cas de la campagne de publicité d'une grande marque de chaussures n'est pas moins emblématique : des photos de skateurs déambulant dans la foule

furent placardées dans des quartiers de l'arrondissement de Shibuya et confirment l'intérêt de la marque de s'inscrire dans une conception locale des lieux. Ces clichés sont l'œuvre du photographe, skateur (ancien *Tokyo Z-Boy*) et illustrateur Daisuke « Dee » Tanaka, qui présente cette campagne sur son [site personnel](#).

Dans un autre registre et depuis plus longtemps encore, la ville, ses mouvements, ses rythmes et ses monuments aux éclairages travaillés créent de nouveaux paysages qui nous renvoient directement au cinéma, à ses techniques et à ses formes stéréotypées. (Jousse et Paquot 2005, Malaurie 2003)

## **Excursion au parc de Mesena, un seconde exemple de rencontre du groupe Sitamati**

Film 2 : [extraits tirés de cette journée](#) (23 septembre 2008)

Ce film présente une « rencontre du mardi » élargie, regroupant différents skateurs qui ne sont pas forcément des habitués ainsi que des visiteurs venus du Canada. L'endroit choisi, le parc Yashio Mesena dans la préfecture de Saitama, est un *spot* très connu de la capitale, même s'il est difficile d'accès à cause de son éloignement. Les images de ce parc sont diffusées dans plusieurs médias nationaux et internationaux sous forme de films, de photos et de publicités. Ses sculptures colorées caractéristiques font partie de l'imaginaire urbain du skateboard tokyoïte, au sens où Camille Tiano l'écrit : « par imaginaire urbain, on entend le corpus de représentations, de symboles, de récits, de valeurs, de figures et de formes collectivement admis et propres à un territoire urbain à une époque donnée. » (2007 : 55).

---

« Ce jour-là, nous partons avec plusieurs voitures vers le Nord, passons un péage et remontons la rivière Arakawa. Keita Ikenoue, le chauffeur se perd dans la lecture de sa carte après la sortie de la route express numéro 6 Misato. Nous nous arrêtons à un konbini [8] pour faire des provisions et demander notre chemin. Arrivé au parc, je constate qu'il y a déjà beaucoup de skateurs, je reconnais notamment Hiroki Saegusa. L'amie d'un skateur dort à l'ombre sous le porche de l'entrée du bâtiment adossé, à côté d'elle sont posés quelques sacs volumineux, remplis de matériel photo et vidéo.

Tranquillement les skateurs s'échauffent, s'entraînent sans prétention, le jeu des prises de vues n'a pas encore commencé. Progressivement, les *tricks* s'affinent sur les parties compliquées de cette architecture particulière. Les caméras sortent de l'ombre et le photographe Akio Homma prépare son matériel. Il utilise pour l'occasion deux trépieds, un pour son flash, placé en hauteur, et un autre pour son appareil photo, monté d'un objectif à longue focale. Puis, un homme d'un certain âge sur un petit véhicule électrique s'arrête près de lui pour discuter un peu. » (Notes de terrain du 23 septembre 2008)

Comme l'illustre le film ci-dessus Hiroki essaie un *backside ollie* que le photographe immortalise rapidement ; cette photo se retrouve sur le site

[Flickr](#) et est publiée dans le magazine [Rua](#) (n. 1 : 14-15, vérifiés le 14 novembre 2009).

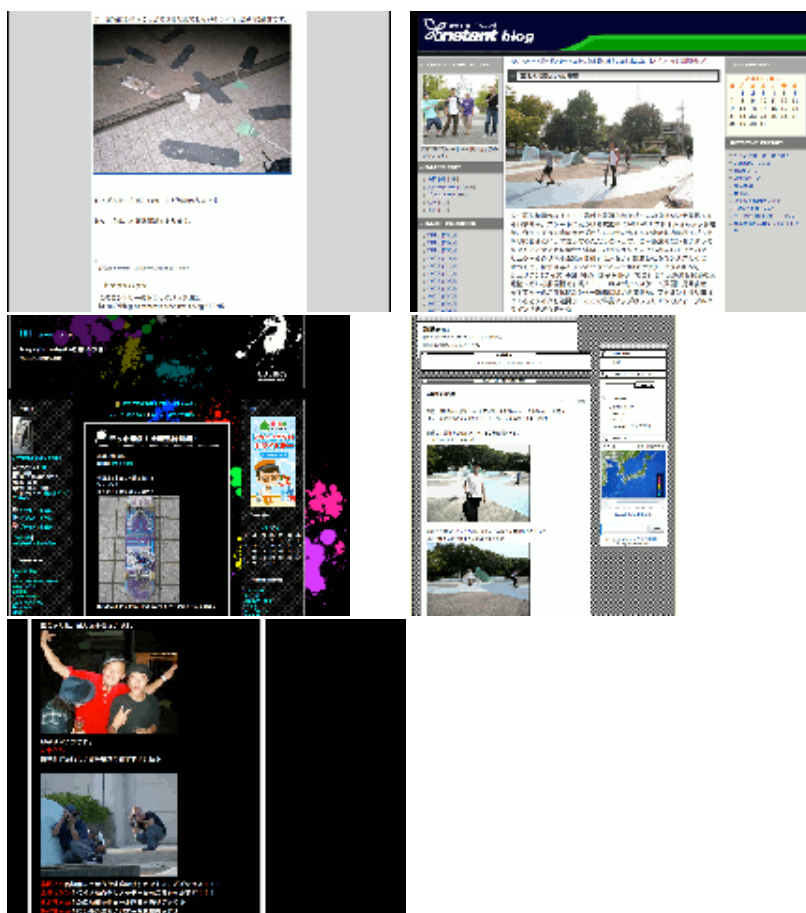
---

« La scène de l'action se déplace vers des murets qui bordent une petite place au fond du parc, les caméras suivent et d'autres personnes peaufinent des *tricks* au sol ou s'essaient à différents obstacles. Kotatsu fait un *flip fakie* [figure qui consiste à faire faire à la planche un tour complet sur un plan horizontal sous les pieds du skateur] sur une petite "vague" à la courbe très sèche [cette figure dont les prémisses se voient dans le second film sera également prise en photo par Akio Homma et présenté sur le [site suivant](#) ]. Vers la fin de l'après-midi, l'enthousiasme tombe un peu, par petits groupes les gens vont acheter à manger et à boire au *konbini* ou à un distributeur. Après un moment où tout le monde semble épuisé, la lumière tourne à l'orange et plusieurs skateurs retrouvent de l'énergie. Keita filme une *line* [enchaînement de figures réussies], une suite de figure que Tama capture pour sa vidéo. La fatigue pousse les autres à s'asseoir. Puis, commence les pitreries, Yoji est poussé assis sur un skate vers la petite "vague", il tombe plusieurs fois. Il essaie ensuite de la descendre et se cogne la tête sur le sol, recommence et réussit. Ces moments sont également filmés ou immortalisés sur des téléphones portables, des appareils photographiques de poche, et gonflent les récits qui se greffent à cette journée. Le soleil disparu, les gens rentrent par petits groupes. Retour à *Instant* pour récupérer Watcho qui termine son travail à 20h. Après un moment de discussion, nous allons manger. Watcho et ses amis canadiens ne peuvent pas se joindre à nous, car ils doivent partir pour traverser toute la ville ; deux heures de train les attendent. Ils ne veulent pas prendre le risque de manquer la dernière correspondance. Nous mangeons dans un *izakaya*, restaurant et débit de boisson japonais, à Shin-Urayasu avec Keita, Chris Main et Yasushi Ryuki. » (Notes de terrain du 23 septembre 2008)

Les histoires de skate se surimposent à celles des lieux, inscrites jusque dans le mobilier urbain avec les traces laissées par les skateurs, elles créent véritablement un espace, celui, concret, de la pratique (*session*) et un autre mythique ou imaginaire de la circulation d'informations. Ainsi les communautés d'intérêt peuvent s'approprier des lieux qu'ils marquent de leurs discours. De même, hors de ce sport, certains quartiers très typés réunissent une ou des communautés, comme c'est le cas de Shibuya, quartier dédié au shopping, à la déambulation et au divertissement, où se réunissent les jeunes branchées aux codes vestimentaires flamboyants. « For 'Shibuya' is not simply a physical location but a complex site at which media technologies — ranging from the miniature to the architectural to the discursive — organize and refigure the intersection of social relations and experiences of place. » (Morris 2006 : 9)

Pourtant les récits qui narrent le déroulement des *sessions* et décrivent les figures accomplies, dépassent les lieux et soudent une communauté où images, fixes et animées, et textes circulent sur divers supports, internet en tête de liste. Cette journée au parc Yashio Mesena est, par exemple, relayée dans divers blogs, celui du magasin *Instant* avec le [récit d'Akio Homma](#) (consulté le 26 septembre 2008) ou [celui de Keita Ikenoue](#)

(consulté le 24 septembre 2008), celui du skateur [Hideaki Hayashi](#) (consulté le 13 novembre 2009), ou celui qui se fait appeler **83**, celui encore du cameraman [Tamaki Masakazu](#) (consultés le 13 novembre 2009).



La communauté des skateurs de Tokyo, en référence permanente avec les scènes nord américaines et dans une moindre mesure européennes, ne cultive pas moins ses propres caractéristiques. Les skateurs en moyenne plus âgés qu'en Europe et aux Etats-Unis s'identifient davantage avec leurs pairs au sujet desquels ils s'informent volontiers. Ainsi, les pages de nouvelles régionales du *Transworld Skateboarding Japan* sont celles qui attirent en premier les lecteurs. Cette augmentation de l'âge des skateurs est due, selon mes informateurs, à l'importance que prend l'école lors de l'enfance, celle-ci est accompagnée de divers cours de rattrapages (*juku*) et apprentissages (musique, langue, ...) auxquels les écoliers sont fréquemment inscrits. Ils n'ont alors que peu ou pas de temps pour des loisirs, sans compter que le skateboard a un déficit d'images chez les parents et auprès du grand public.

Plus généralement ce type de communauté qui se reconnaît dans un loisir et dans les éléments sous-culturels qui lui sont attribués fait référence à ces courants typiquement japonais que la lettre « j » caractérise, comme la J-Pop (musique pop japonaise), la J-League (ligue de baseball japonais), la J-Bungaku (littérature japonais). Ces « dérives identitaires » (2007 : 97-98) dont parle Yatabe Kazuhiko sont une réponse aux changements de paradigme que le Japon a subis, suite à l'éclatement de la bulle économique des années 1980. Les jeunesses des années 1990 ont



souvent été décrites comme la « génération perdue » à laquelle le modèle de fidélité à l'entreprise et de l'emploi à vie ne pouvait plus tenir ses promesses (O दौर 2009). Avec l'augmentation du chômage, la prolifération grandissante du travail précaire, les *baito*, ces travaux peu qualifiés et payés à l'heure, de plus en plus de jeunes ont dû trouver de nouvelles solutions pour créer leur identité. Ces communautés dans lesquelles certains s'investissent intensément sont alors un moyen de se (re)créer une place au sein de cette modernité japonaise en mutation.

## Conclusion

« Enfin les skateurs dans leurs pratiques contrastées des espaces publics urbains renouent avec l'étymologie du mot sport à laquelle renvoie l'*Encyclopédie Universelle* : "dérive du vieux vocable français (XIIIe s.) *desport*, qui désigne l'ensemble des moyens grâce auxquels le temps se passe agréablement : conversation, distraction, badinage, jeux (desporter chez Rabelais, signifie s'amuser)" » (Calogirou 1999 : 60)

L'exemple du skate illustre parfaitement comment une communauté se crée et se structure autour d'un loisir où les relations interpersonnelles et des éléments "sous-culturels" (Condry 2001, 2006, Matsue 2008) permettent aux participants de développer des liens d'appartenance. Il donne à voir les changements sociaux et spatiaux dans les communautés personnelles engendrées par l'urbanisation des grands centres — Tokyo et ses périphéries —, la création de réseaux égocentrés face à la perte d'une proximité familiale et d'une forme de solidarité de voisinage décrites par Shinji Nozawa (1997).

L'aspect ludique du sport n'empêche pas que, dans ces scènes locales, se développent des stratégies de promotion, il s'agit selon notre exemple de stratégies personnelles pour les skateurs, de groupe pour les membres du collectif *Sitamati*, commerciales et culturelles pour le magasin *Instant*. Rapportées à l'échelle de la ville, elles se lisent dans l'organisation de la première du film « Unity Power 2 ». Outils de communication importants, les blogs annoncent et relatent ces événements, cette première a été rapportée sur les pages web d'*Instant* [9] et sur celles des skateurs : [Ryuichi « Okkun » Okumura](#), « [YSK](#) », « [83](#) », [Akaguma Hirotaka](#), [Hideaki Hayashi](#), ainsi que sur celles du photographe [Shama](#) et celles du réalisateur [Tamaki Masakazu](#). Dans ce processus de diffusion, le magasin et son blog ont joué un rôle considérable, le portail web a diffusé les commentaires des deux employés, « [Wacho](#) » et [Keita Ikenoue](#) en plus du récit d'un des copropriétaires [Akio Homma](#). Ce dernier [blog](#), outil de marketing et de convivialité, diffuse également des informations liées aux amis, aux personnes qui skatent et travaillent pour le magasin, narre les voyages des uns, le mariage des autres... Il est également suivi par des skateurs qui ne font pas partie du cercle local. Ainsi par mes apparitions sur ces pages, j'ai été identifié à plusieurs reprises dans d'autres régions de Tokyo par des gens que je n'avais jamais rencontrés.

Ces exemples illustrent comment des pratiques de la ville dessinent, grâce aux images et aux réseaux de communication, un "espace du skate". Elles donnent à voir non seulement l'environnement physique, mais aussi une organisation sociale, spatiale et temporelle de l'urbain.

Sociale, par les liens que les skateurs tissent et entretiennent, façonnés par les récits de rencontres, d'événements, de repas, etc. Ces histoires montrent comment les lieux urbains sont organisés, au sens étymologique de « rendus aptes à la vie », par la pratique du skateboard (Nouveau Petit Robert 2001-2002). En effet, les skateurs connaissent bien leur environnement et les conditions qui permettent de le pratiquer. Au fait de la chronotopie tokyoïte, ils savent quand les *spots* sont désertés et "bons à skater". Les périphéries ne répondent pas aux mêmes règles que les centres où les *sessions* diurnes sont rares, empêchées par les passants, les voitures, les mesures sécuritaires et les dispositifs coercitifs. Les cœurs de Tokyo se conquièrent la nuit, lorsque l'activité cesse et que les transports publics ne circulent plus (Glauser 2010). Les rythmes urbains se lisent dans l'activité du skate, qui se pratique lorsque la ville est vidée de ces cols blancs et quand les activités commerciales ont cessé. Elle se visite alors par son revers, comme un négatif de ses temporalités et de ses lieux. Le jour, les skateurs occupent les périphéries vidées de leurs forces de travail et la nuit ils migrent à contre-courant des flux de passagers vers les centres vides où seuls les restaurants, les *konbini* et les agents de sécurité travaillent encore. La ville vidée de ses skateurs en activité la journée nous renvoie à l'origine de mon terrain, à ma perplexité devant la découverte des traces sur le mobilier urbain devant la gare d'Ebisu et à la lecture de ce magazine de skate acheté un peu plus loin dans le quartier de Shibuya.

Comme les *Edo meisho zue*, ces recueils d'images et de textes qui présente les "lieux célèbres" (*meisho*) de la capitale japonaise au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, les images de skateboard créent un paysage urbain spécifique avec ses "lieux célèbres" éparpillés dans le tissu urbain. Il est composé des ambiances nocturnes de ses *meisho* ou plus précisément des centres urbains tokyoïtes qui contrastent avec les périphéries calmes et les entre-deux désertés ou occupés par des sans-abri. Suivre les skateurs devient alors une course aux lieux délaissés ou en train de se vider ; il est alors possible de sentir respirer les lieux, accaparés par ces seuls jeunes hommes. Ils créent leurs propres "lieux dits", des *meisho* spécifiques qui leur permettent de développer une pratique en fins connaisseurs de l'environnement. Le tournage d'un film revient alors à suivre un jeu de l'oie , un *meisho sugoroku*, avec ces retours en arrière pour filmer un *trick* qui n'a pas fonctionné ou pour réessayer un *spot* duquel on s'est fait chasser et ses bonds en avant quand une *session* est fructueuse et qu'elle crée une abondance de matériaux filmés. Et, dans ces nombreux déplacements, les *konbini* sont des lieux d'une homogénéité artificielle qui rompent avec le caractère hétérogène et changeant du tissu urbain.

## Glossaire

*Backside ollie* : figure de skate qui consiste à faire un demi-tour en sautant.

*Flip 360* : figure de skate qui consiste à faire faire un tour à la planche sur un axe horizontal, combiné à une rotation de 360 degrés sous les pieds du skateur.

*Flip fakie* : figure de skate qui consiste à faire faire à la planche un tour complet sur un plan horizontal sous les pieds du skateur. La pointe avant du pied de devant donne l'impulsion pour tourner.

*Line* : anglicisme qui désigne un enchaînement de figures réussies.

*Session* : terme anglais qui désigne un moment de la pratique du skateboard.

*Skatepark* : parc aménagé pour la pratique du skate, du BMX ou du roller.

*Spot* : terme anglais qui désigne un lieu précis, il s'applique dans le jargon du skate à un endroit "bon à skater".

*Street* : pratique du skateboard qui s'effectue sur le mobilier des lieux urbains.

*Tokyo Z-Boys* : groupe de skateurs japonais créé dans les années 1980 et sponsorisé par la marque de skate éponyme ; il s'agit d'une appellation dérivée de l'équipe légendaire Z-Boys de Venice en Californie.

*Trick* : Il s'agit ici, une nouvelle fois, d'un anglicisme largement utilisé qui rend le terme générique de figure. Les Japonais utilisent également le terme waza ([]) qui se traduit par art, technique, ou prise si l'on parle de judo.

## Notes

- [1] J'utiliserai ici les anglicismes de *skate* et *skateboard* comme deux synonymes pour parler de la planche à roulettes, celui de skateur pour désigner les acteurs et la pratique se traduit par le verbe skater.
- [2] Le mot « scène » renvoie au terme que les skateurs japonais utilisent (« *shiin* ») pour parler de la communauté des skateurs ; cette expression dérive de l'anglais « *skate scene* ».
- [3] Le diminutif ou le surnom ici entre guillemets est le terme d'adresse le plus fréquemment utilisé.
- [4] Ses membres sont réunis autour de la figure emblématique de Takahiro Morita, skateur (un ancien des Tokyo Z-Boys) et réalisateur de films de skate et de clips musicaux. Les deux films de skate majeurs de Morita, vidéaste le plus influent dans la scène nippone du skate s'appellent « *Underground Broadcasting* » (2006) et « *Overground Broadcasting* » (2008). Par ce jeu entre *underground* et *overground* le réalisateur marque une distinction entre la scène japonaise et la scène internationale. Le premier montre une grande part du matériel filmé les cinq années avant sa sortie avec des skateurs japonais et le second mélange des images sur sol japonais et des séquences filmées à l'étranger ou avec des skateurs étrangers.
- [5] Le « *meisho sugoroku* » est une sorte de "jeu de l'oie" datant de l'époque d'Edo (1600 -1868) où le joueur se déplace de lieux célèbres (*meisho*) en lieux célèbres. Jinnai Hidenobu utilise cette métaphore pour introduire la notion nippone de la construction de l'espace urbain.
- [6] Magasin d'articles de surf.
- [7] Postes de police de proximité largement disséminés dans le tissu urbain japonais.
- [8] *Convenience store* ou *konbini*, magasin ouvert 24 heures sur 24 dont l'influence sur les modes de vie citadins est décrite par Kazuhiko Yatabe (2007).
- [9] Les liens ci-dessous concernant la première vidéo ont été vérifiés le 14 novembre 2009.

## Bibliographie

- BAUDRY Patrick et Thierry PAQUOT (éds.), 2003. *L'urbain et ses imaginaires*. Pessac, MSHA.
- BERANGER Veronique, 2002. « Les recueils illustrés de lieux célèbres (*meisho zue*), objets de collections. Leur réception dans les milieux de la Société des études japonaises à travers l'exemple de la collection d'Auguste Lesouëf (1829-1906) », in *Ebisu*. Tokyo : Maison Franco-Japonaise, pp. 81-113.
- BESTOR Theodore, 2004. *Tsukiji, the market at the center of the world*.

Berkeley, University of California Press.

BORDEN Iain, 2003. *Skateboarding, space and the city, Architecture and the Body*. Oxford, New York, Berg.

CALOGIROU Claire, 1999. *Le skate, un jeu, un sport, un moyen de déplacement, le plaisir de ma vie*. Paris, CNRS-MNATP/Le Confort Moderne.

CAPRON Jean-Luc, 1994. « De l'actant urbain ou communication et architecture », in BERQUE Augustin (dir.), *La Maîtrise de la Ville. Urbanité française, urbanité nipponne*. Paris, Edition de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, pp. 295-308.

CERTEAU Michel de, 1990 (1980). *L'invention du quotidien : Arts de faire*. Paris, Gallimard, tome 1.

CHIU Chihsin, 2009. « Contestation and Conformity Street and Park Skateboarding in New York City Public Space », *Space and culture*, 12 (1), février, pp. 25-42.

CHOAY Françoise, Ernesto D'ALFONSO et Jean-Louis BLOCH-LAINÉ (photographies), 2003. *Espacements : l'évolution de l'espace urbain en France*. Genève, Milano, Skira.

CONDY Ian, 2001. « Japanese Hip-Hop and the Globalization of Popular Culture », in GMELCH George et ZENNER Walter (eds), *Urban Life : Readings in the Anthropology of the City*. Prospect Heights : Waveland Press, pp. 357-387.

CONDY Ian, 2006. *Hip-Hop Japan : Rap and the Paths of Cultural Globalization*. Durham and London, Duke University Press.

CYBRIWSKY Roman, 1998a. *Tokyo : The Shogun's City at the Twenty-First Century*. Chichester, New York, J. Wiley.

CYBRIWSKY Roman, 1998b. « Shibuya Center, Tokyo », *Geographical Review*, 78 (1), janvier, pp. 48-61.

GLAUSER Julien, 2007. « Lettre de Tokyo », *Urbanisme* (Paris), 356, septembre-octobre, pp. 12-13.

GLAUSER Julien, 2010. « Skater », *Urbanisme* (Paris), 370, janvier-février, pp. 68-70.

HALL Edward T., 1971. *La dimension cachée*. Paris, Le Seuil.

HOWELL Ocean, 2001. *The Poetics of Security : Skateboarding, Urban Design, and the New Public Space* (En ligne), <http://bss.sfsu.edu/urbanaction/ua2001/ps.html> (consulté le 26 septembre 2008).

ITO Mizuko, 2004. *Personal Portable Pedestrian : Lessons from Japanese Mobile Phone Use*, (en ligne), <http://www.japanfocus.org/-Mizuko-ITO/1896> (page consultée le 06 juillet 2009).

- JOUSSE Thierry et PAQUOT Thierry, 2005. *La ville au cinéma, Encyclopédie*. Paris, Les Cahiers du cinéma.
- LAVADINHO Sonia et Yves WINKIN, 2009. « Comment "ludifier" nos villes », *Urbanisme* (Paris), 366, mai-juin, pp. 82-86.
- LEFILLIATRE Bruno, 2010. « Un cavalier seul : Georges-Hubert de Radkowski (1924-1987) », *Urbanisme* (Paris), 370, janvier-février, pp. 81-86.
- LUSSAULT Michel, 2007. *L'homme spatial : la construction sociale de l'espace humain*. Paris, Seuil.
- MALAURIE Christian, 2003. « De la carte postale. Les quais de Bordeaux », in BAUDRY Patrick et PAQUOT Thierry, (éds.), *L'urbain et ses imaginaires*. Pessac, MSHA, pp. 67-79.
- MATSUE Jennifer Milioto, 2008. *Making music in Japan's underground : the Tokyo hardcore scene*. New York, Routledge.
- MONS Alain, 2000. « La communication lumière de la ville. Un devenir-image des lieux », *MEI « Médiations et information »*, 12-13, pp. 197-207.
- MORRIS Brian, 2006. *Un/Wrapping Shibuya : the changing texture of place*, (en ligne), <http://coombs.anu.edu.au/SpecialProj/ASAA/biennial-conference/2006/Morris-Brian-ASAA2006.pdf> (page consultée le 2 juillet 2009).
- NOZAWA Shinji, 1997. « Aspects spatiaux des réseaux de liens personnels dans le Japon moderne », *Bulletin de la Société Neuchâteloise de Géographie*, 40 (L'espace au Japon), pp. 83-97.
- ODAIRA Namihei, 2009. « Malaise et révoltes de la génération perdue », *Le Monde diplomatique*, 105, juin - juillet (Manière de voir — Le Japon méconnu), pp. 6-9.
- PAQUOT Thierry, 2006. *Des corps urbains. Sensibilités entre béton et bitume*. Paris, Autrement
- PAQUOT Thierry, 2008. *La folie des hauteurs. Pourquoi s'obstiner à construire des tours ?* Paris, Bourin.
- PAQUOT Thierry, 2009. *L'espace public*. Paris, La Découverte.
- PELLETIER Philippe, 1994. « Les Villes Hautes », in BERQUE Augustin (dir.), *La maîtrise de la ville : urbanité française, urbanité nippone*. Paris, Ecole des hautes études en sciences sociales, pp. 393-412.
- PEREC Georges, 1985. *Espèces d'espaces*. Paris, Galilée.
- Rua magazine, (publication en ligne), <http://ruamagazine.net>.
- Skateborder Magazine, avril 1976, 2 (4).
- SÖDERSTRÖM Ola, 2000. *Des images pour agir. Le visuel en urbanisme*. Lausanne, Payot.

TANABE Hiroshi, 1994. « Les habitants de Tokyo et leur territoire », in BERQUE Augustin (dir.), *La maîtrise de la ville : urbanité française, urbanité nippone*. Paris, Ecole des hautes études en sciences sociales, pp. 377-392.

TIANO Camille, 2007. « Les acteurs des projets urbains : des "auteurs" d'imaginaire ? », *Urbanisme* (Paris), 357, novembre-décembre, pp. 55-57.

WILSON Rodrick I., 2007. « Edomae : Changing Environmental Relations between the Fishers, Fish Merchants and Fishing Grounds of Nineteenth-Century Tokyo Bay », *Asian Cultural Studies* (Tokyo, International Christian University), 33, mars, pp. 85-105.

WHYTE William H., 2000. « New York and Tokyo », in *The Essential William H. Whyte*. La Farge, Fordham University Press.

YATABE Kazuhiko, 2007. « La banlieue fantasmagorique, les convenience stores et la transparence : de quelques aspects de la ville japonaise », in BERRY-CHIKHAOUI Isabelle, DEBOULET Agnès et ROULLEAU-BERGER Laurence (éds.), *Villes internationales. Entre tensions et réactions des habitants*. Paris, La Découverte, pp. 83-101.

ZARCA Raphaël, 2006. *Une journée sans vague. Chronique lacunaire du skateboard*. Paris, F7.

ZARCA Raphaël, 2007. *La conjonction interdite. Notes sur le skateboard*. Paris, F7.

*Nouveau Petit Robert électronique*, version 2.2, 2001-2002.